

MANAGER DIGITAL MÉTIERS DE L'ASSURANCE

Titre Dirigeant Entrepreneur - RNCD 35173

L'Ifpass propose, en partenariat avec l'ESAM, le Manager digital - Métiers de l'assurance. Être acteur de la transformation digitale de l'entreprise.

La Formation Manager digital métiers de l'assurance forme des managers du secteur de l'Assurance, de la réassurance ou de la bancassurance dans le contexte de la transformation digitale des entreprises et de l'expérience client.

Elle permet en outre de développer des compétences de manager-entrepreneur.

BLOCS DE COMPÉTENCES

- Construction et déploiement de la stratégie d'entreprise
- Pilotage de l'innovation et déploiement de l'offre en France et à l'international
- Pilotage opérationnel des activités : performance et management
- Gouvernance, leadership et représentation de l'entreprise au regard des parties prenantes

PRÉREQUIS

- Tout public
- 1 an d'expérience dans la certification visée

DURÉE D'ACCOMPAGNEMENT

- Vous bénéficiez de 13 h d'accompagnement sur 1 an

DÉROULÉ D'ACCOMPAGNEMENT

Le planning est défini par l'accompagnateur au début du parcours

- Atelier Méthodologique : 03h30
- Rendez-vous d'accompagnement : 06h
- Atelier de préparation au jury : 03h30

MODALITÉS D'INSCRIPTION

- Recevabilité étudiée par l'Ifpass et l'ESAM qui fera parvenir le courrier de recevabilité

MODALITÉS D'ÉVALUATION

- Le candidat doit déposer le Livret II, un mois avant le jury.
- Il sera reçu en soutenance par un jury. La soutenance est prévue en mars et octobre
- Résultats à l'issue de la délibération du jury
- Envoi du diplôme par l'ESAM

TARIFS

3 500 €

CHIFFRES CLEFS

2020/2021 : pas de candidat

2022 : 1 candidat présenté

**1 VAE terminée et échouée soit
0% de taux de réussite**

RÉFÉRENTIEL DE COMPÉTENCES

N° ET INTITULÉ DU BLOC	LISTE DE COMPÉTENCES
<p>RNCP35173BC01</p> <p>CONSTRUCTION ET DÉPLOIEMENT DE LA STRATÉGIE D'ENTREPRISE</p>	<ul style="list-style-type: none"> Organiser une veille économique, concurrentielle et environnementale du marché national et international pour identifier les opportunités et les risques. Réaliser une analyse interne et externe pour formuler un diagnostic qui intègre les forces et les faiblesses de l'entreprise. Identifier les différentes formes d'opportunités auxquelles l'entreprise est soumise afin de concevoir la vision stratégique (ou l'opportunité de création d'une activité). Formaliser une cartographie des processus et des responsabilités pour optimiser les interactions au sein de l'organisation. Réaliser un business model pour valider la faisabilité économique du projet. Définir la vision, le plan et les objectifs stratégiques pour déployer le projet et obtenir l'adhésion et le financement des organes de gouvernance. Formaliser les solutions de mise en œuvre (fusion, acquisition, rachat, partenariat) pour déployer la stratégie. Construire son organisation et organiser la répartition des ressources selon les orientations stratégiques pour déployer les activités de l'entreprise sur des pays avec différentes cultures.
<p>RNCP35173BC02</p> <p>PILOTAGE DE L'INNOVATION ET DÉPLOIEMENT DE L'OFFRE EN FRANCE ET À L'INTERNATIONAL</p>	<ul style="list-style-type: none"> Identifier les opportunités de croissance et promouvoir la politique d'innovation, (produits, services et procédés), pour développer un avantage concurrentiel. Protéger et financer l'innovation en France et à l'international pour assurer la pérennité de son activité. Identifier et formaliser les partenariats pour créer son offre de produits ou de service. Elaborer et déployer la stratégie marketing et commerciale pour répondre aux orientations stratégiques générales. Décliner une stratégie et un plan de communication pour renforcer la notoriété de la marque et soutenir l'activité commerciale de l'entreprise. Evaluer les coûts et les retombées financières de la stratégie marketing et commerciale de l'entreprise pour s'assurer de la réussite du projet. Créer des indicateurs de suivi de la politique marketing et commerciale pour piloter de façon optimale l'activité.
<p>RNCP35173BC03</p> <p>PILOTAGE OPÉRATIONNEL DES ACTIVITÉS : PERFORMANCE ET MANAGEMENT</p>	<ul style="list-style-type: none"> Etablir et suivre les indicateurs de performance de l'entreprise dont la RSE afin de participer à la définition et au déploiement des objectifs stratégiques dans un environnement national et international, conformément aux attentes de la gouvernance. Comprendre les indicateurs financiers et prendre les décisions pour assurer la pérennité et le développement de l'entreprise. Appréhender la responsabilité civile, sociale, pénale, fiscale et RSE du dirigeant pour respecter les obligations légales et assurer la pérennité de l'entreprise. Cartographier les risques majeurs de son entreprise pour définir sa politique de risque management et risque assurantiel. Accompagner la transformation du système d'information de pilotage de l'entreprise en intégrant les innovations digitales pour améliorer la gestion de l'activité. Saisir les opportunités quotidiennes pour accélérer la croissance dans le respect de la stratégie. Recruter, développer et mobiliser les compétences RH de l'entreprise en environnement multiculturel pour assurer la pérennité et la croissance responsable de l'entreprise. Identifier et favoriser les conditions de santé, sécurité et bien-être des salariés au travail pour renforcer l'engagement des collaborateurs.
<p>RNCP35173BC04</p> <p>GOVERNANCE, LEADERSHIP ET REPRÉSENTATION DE L'ENTREPRISE AU REGARD DES PARTIES PRENANTES</p>	<ul style="list-style-type: none"> Donner du sens et incarner le projet d'entreprise pour convaincre les actionnaires puis mobiliser les collaborateurs et les partenaires. Favoriser l'adhésion des collaborateurs aux valeurs et à la culture de l'entreprise pour renforcer sa performance et optimiser la marque employeur. Savoir décider et fixer le cap aux collaborateurs pour optimiser la marche de l'entreprise. Savoir gérer des crises ou des conflits dans des situations complexes et imprévisibles pour assurer la survie et le développement de l'entreprise. Représenter l'entreprise auprès des tiers (clients, banque, fournisseurs, institutions et la communauté) pour assoir l'image de l'entreprise et sa communication. Piloter le positionnement de l'entreprise et du dirigeant dans les médias pour que la communication d'entreprise soit en phase avec son positionnement.